

FUNDRAISING magazin

**VOM
KLICK
ZUR
SPENDE**
Fundraising digital



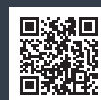
Online-Magazin

Best-Practice, Termine, Ideen ...
Wissen, das alle weiterbringt:
web.fundraising-magazin.de



Fundraising-Shop

Fachbücher, Magazine und
Nützliches finden Sie unter
gutes-wissen.org



Fundraising-Jobs

Job-Portal für alle im
Non-Profit-Umfeld:
gutes-wissen.org

An aerial photograph of a massive crowd of people at a festival or concert. The crowd is dense and fills the entire frame, with many people wearing summer clothing like tank tops and shorts. The ground is paved with large, light-colored stones, some of which have white markings like 'F4', 'F5', 'F7', and 'F8' on them. The text is overlaid in the center of the image.

**NETTO-OUTPUT VON
130 BIS 4,5 MIO DATENSÄTZEN?
DAS KANN NUR STEHLI.**

stehli software dataworks entwickelt seit 1998 Softwareprogramme für Hilfsorganisationen. So viel Erfahrung hat kein anderes Unternehmen am Markt. Rufen Sie uns an, wäre schade, das zu verpassen!

STEHLI
SOFTWARE
DATAWORKS

stehli software dataworks GmbH · Holzkamp 24 · 25524 Itzehoe · Niederlassung Köln: Hohenstaufenring 29-37 · 50674 Köln
Fon: (+49) 0 48 21/95 02-0 · Fax: (+49) 0 48 21/95 02-25 · info@stehli.de · www.stehli.de
Partner von POSTADRESS GONE POSTADRESS MOVE · Systempartner von KlickTel



Liebe Leserin,
lieber Leser,

diese Ausgabe ist ein Plädoyer für Mut, Klarheit und Dialog – denn genau das braucht unsere Gesellschaft jetzt. In den USA sehen wir nahezu täglich, wie die Zivilgesellschaft unter Druck gerät. Für gemeinnützige Organisationen in Deutschland, Österreich und der Schweiz heißt das: Rückgrat zeigen! Unser Beitrag „**Wie politisch dürfen NGOs sein?**“ (ab Seite 12) macht

deutlich, dass Haltung nicht nur erlaubt ist, sondern notwendig.

Zwei spannende Interviews möchte ich Ihnen in dieser Ausgabe besonders empfehlen: Unternehmer **Sebastian Klein**, Autor des Buches „**Toxisch reich**“, erklärt, warum extremer Reichtum die Demokratie bedroht und wie wichtig es ist, dass Vermögende Verantwortung übernehmen und zur Lösung gesellschaftlicher Probleme beitragen (ab Seite 48).

Michael Schäfer von GermanZero erzählt, wie seine eher kleine NGO mit klugem Vorgehen entscheidend dazu beitrug, „Klimaneutralität bis 2045“ im deutschen Grundgesetz zu verankern (ab Seite 14). Das zu lesen gibt Mut, weil es zeigt, dass wir nicht machtlos sind.

Unter der Rubrik „Persönliche Gedanken“ ruft Mirko Lange auf: **Flood the Zone with Sense!** Und erläutert ganz praktisch, wie das geht (Seite 38).

Im digitalen Raum entscheidet oft ein einziger Moment über den Erfolg: ein Klick, der zur Spende wird – oder eben nicht. Wie kann dieser entscheidende Klick gelingen? Was braucht es, damit User zu Unterstützenden werden? Diesen Fragen widmen wir uns im **Themenschwerpunkt „Vom Klick zur Spende – Fundraising digital“** (ab Seite 26).

Wie immer gilt: Wir freuen uns über Ihre Themen, Projekte, Erlebnisse und Fragen. Schreiben Sie uns – **wir wollen berichten, was Sie bewegt**.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre!

Ihre

Daniela Münster

Daniela Münster
Chefredakteurin



PS: Wer das Fundraising-Magazin im Abonnement bezieht (Alles-drin-Abo), hat diesmal auch unser neues Extra-Heft „**Software für Vereine, Verbände und Stiftungen 2025**“ gratis im Briefkasten. In dieser aktuellen Marktübersicht finden Sie über 70 verschiedene Produkte für die Spender-, Mitglieder- oder Vereinsverwaltung im Vergleich. Wer kein Abo hat, kann das neue Extra-Heft in unserem Shop bestellen (unter www.gutes-wissen.org/shop). Für 15 Euro kommt es direkt zu Ihnen ins Haus.

Für Sie

KERSTIN BRITZ
0221. 759 19-43
kerstin.britz@
directpunkt.de

kommen
wir

VERA DITTGEN
030. 88 71 74-1
vera.dittgen@
directpunkt.de

auf den

FRANK MITTELSTEDT
040. 23 78 60-0
service@
directpunkt.de

Punkt.

STEFFI SCZUKA
0221. 759 19-44
steffi.sczuka@
directpunkt.de

direct.

AGENTUR + LETTERSHOP

www.directpunkt.de

Thema

VOM KLICK ZUR SPENDE

Fundraising digital



Einfache Formulare, besseres Spenden	28
Warum gute Spendenformulare die Basis fürs Online-Fundraising sind	
Die Zukunft des E-Mail-Marketings für NGOs	30
Was sich ändert und was bleibt	
Digitale Barrierefreiheit: Pflicht und Chance	32
Was das neue Gesetz verlangt, und warum alle davon profitieren	
Digitale Plattformen für Hilfe in Echtzeit	34
Wie gezielte Online-Kommunikation Menschen inspirieren kann, Großes zu leisten	
Testamente online? Läuft.	36
Fünf Tipps, wie Sie digital mehr Testamentsspenden gewinnen	

Projekte & Stiftungen

Wenn die Sonne für alle scheint	22
Wie Robin Powerhood Energiearmut lindert	
Spürnase trifft auf Landmine	24
Ratten helfen einer belgischen NGO, Menschenleben zu retten	
Familienbande trotz Haft	42
Die Connecting Hearts Stiftung setzt sich für Kinder von Gefängnisinsassen ein	
Fördern neu gedacht	44
Moderne Stiftungen stellen besondere Ansprüche bei der Fördermittelvergabe	
Erfolg durch lokale Strukturen	46
Warum Entwicklungszusammenarbeit nur mit Beteiligung vor Ort funktioniert	

Praxis & Erfahrung

Adressen, die ankommen	80
Neue Ansätze fürs Mailing: Lookalike-Modelle, Haushaltsdatenbanken, Milieuanalysen	
Kirchennähe klug kommunizieren	82
Was die Forschung über kirchliche Sprache im Fundraising verrät	
Der Trichter, der Vertrauen schafft	84
Was Non-Profits von Kommerziellen lernen können: NGO Marketing Funnel	
Großspenden digital ermöglichen	86
Studie zeigt: Hier haben selbst große Organisationen Nachholbedarf	
Genderneutrale Sprache im Fundraising	88
Wie beeinflusst inklusive Sprache die Spendenbereitschaft?	



Noch mehr lesen Sie in unserem
Online-Magazin unter
web.fundraising-magazin.de

Noch kein Abo?

Schnell bestellt im Internet:
abo.fundraising-magazin.de

Menschen



Katarzyna Rychlewicz-Saad:

Warum sie konsequent auf Adressbereinigung setzt. 8



Michael Schäfer:

Wie seine NGO Klimaneutralität bis 2045 ins Grundgesetz brachte. 14



Sebastian Klein:

Warum extremer Reichtum unsere Demokratie gefährdet. 48



Claudia Kaschube:

Warum sie von einer Zeitreise ins antike Rom träumt. 94



Aktuell

Wie politisch dürfen NGOs sein? 12

Gesellschaftliches Engagement – ohne Risiko für Gemeinnützigkeit oder Förderung

Meinungen

Persönliche Gedanken 38
von Mirko Lange:

„Flood the Zone with Sense!“

Kommentare aus der Redaktion

von Matthias Daberstiel 6

von Rico Stehfest 18

von Ute Nitzsche 40

Arbeitswelt

Köpfe & Karrieren 52

100 Tage im neuen Job 56

Kanban: Zettelwirtschaft oder

Projekt-Turbo? 58

Dynamic Facilitation:

Klarheit statt Konflikt 60

Rubriken

Schöner scheitern 11

Fundraising-Kalender 62

Dienstleisterverzeichnis 70

Branche 78

Fach- und Sachbücher 90

Wissen testen & gewinnen 96

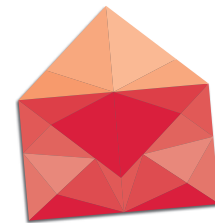
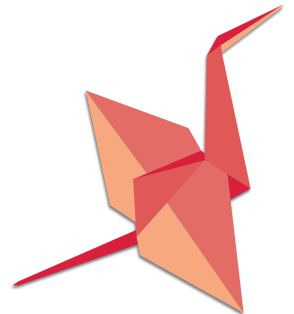
Das Letzte, Impressum 98

Autorinnen & Autoren

... dieser Ausgabe:

Anita Baumgartner, Matthias Daberstiel,
Ralph Davids, Wiebke Doktor,
Loredana Engler, Clara von Freymann,
Becky Gilbert, Jona Hölderle,
Ursula Kuhn, Mirko Lange,
Alexander Lidzba, Daniela Münster,
Ute Nitzsche, Svea Nübel, Pia Rast,
Yvonne Romes-Schillack, Karin Sommer,
Rico Stehfest, Roland Trabadelo,
Ivette Wagner

Gemeinsam
fliegen wir höher!



Ihr Partner für Drucksachen

Wir sind Experten für die schnelle, zuverlässige und flexible Produktion von Drucksachen.

van Acken: Profi in Sachen Druckerei und Verlag

Von der ersten Idee, über den Druck, bis zur Post-auflieferung – alles aus einer Hand. Produktsicherheit durch kurze Wege.

Vereinbaren
Sie noch heute
einen kostenlosen
Beratungstermin



van Acken Druckerei & Verlag GmbH
Magdeburger Straße 5, 47800 Krefeld
Telefon: 021 51 / 44 00-0
Fax: 021 51 / 44 00-55
info@van-acken.de, www.van-acken.de

Tauschen für den Wiederaufbau



Mit einer ungewöhnlichen Idee unterstützt der österreichische Unternehmer Maximilian Wagner Hochwasseropfer: Er tauscht ein einzelnes Photovoltaik-Modul immer weiter – mit dem Ziel, dessen Wert auf eine Million Euro zu steigern. Der gesamte Erlös wird in Form von Gratis-Solaranlagen an betroffene Familien und Gemeinden gespendet. Wagner will zeigen, dass erneuerbare Energien nicht nur die Umwelt schützen, sondern auch Hoffnung spenden können.

► www.autarkie.eu

Pfandbecher bringen sauberes Trinkwasser



Manchmal beginnt Großes mit einer kleinen Geste: Seit 2009 spenden Fußballfans von Hannover 96 bei Heimspielen ihr Becherpfand für den guten Zweck. Das Projekt „Trinkbecher für Trinkwasser“ des Global Nature Fund (GNF) feiert nun einen Rekord: In nur einer Saison kamen erstmals 100 000 Euro zusammen. Insgesamt konnten so über 670 000 Euro gesammelt und mehr als 200 Wasserpumpen in Afrika installiert werden – überwiegend an Schulen in Ländern wie Senegal, Uganda, Malawi und der Elfenbeinküste. Über 150 000 Kinder und Erwachsene profitieren bereits von sauberem Trinkwasser. Besonders für Schulkinder bedeuten die neuen Wasserstellen mehr Gesundheit, bessere Hygiene und die Chance auf regelmäßigen Unterricht. Die Initiative zahlt damit direkt auf das UN-Nachhaltigkeitsziel „Sauberes Wasser für alle“ ein.

► www.globalnature.org

Code statt Ausgrenzung

In Nigeria schafft das Projekt „Deaf-In-Tech“ (Gehörlos in der Tech-Branche) neue Perspektiven für junge Menschen mit Behinderung. Die Plattform, initiiert von einer lokalen IT-Unternehmensberatung, hat bereits 1000 gehörlose Jugendliche und junge Erwachsene in technischen Fähigkeiten wie Programmieren und Datenanalyse ausgebildet – und sie fit gemacht für die boomende Tech-Branche des Landes. Unterstützt wird „Deaf-In-Tech“ von den SOS-Kinderdörfern weltweit. Das Programm bietet Laptops, Fahrdienste und barrierefreie E-Learning-Angebote in Gebärdensprache. Zusätzlich werden die Teilnehmenden bei der Gründung eigener Deaf-Tech-Unternehmen beraten. In einem Land, in dem junge Menschen mit Behinderung noch immer stark ausgegrenzt werden, setzt „Deaf-In-Tech“ auf Inklusion, Selbstständigkeit und berufliche Gleichberechtigung.

► www.sos-kinderdoerfer.de

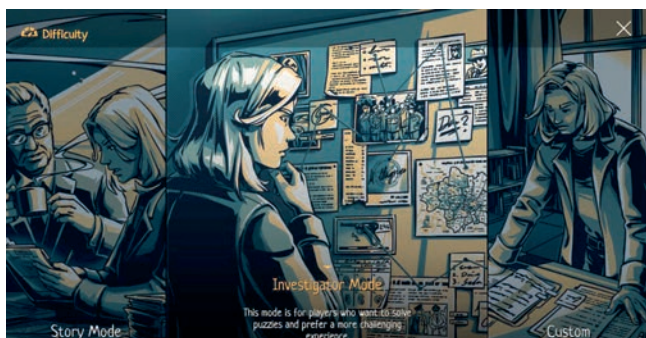
Regenwald kehrt zurück



In Costa Rica wächst neuer Regenwald auf Flächen, die jahrzehntelang von industriellem Bananenanbau geprägt waren. Nachdem sich die United Fruit Company in den 1980er-Jahren zurückzog, blieben kontaminierte Böden und zerstörte Ökosysteme zurück. Lokale Initiativen und der Verein „Regenwald der Österreicher“ arbeiten daran aufzuforsten. Sie kaufen ehemalige Plantagenflächen auf, pflanzen heimische Baumarten und fördern die natürliche Rückkehr des Regenwaldes. Ziel ist ein zusammenhängender Waldkorridor von den Bergen bis zum Ozean. Die Wiederaufforstung gestaltet sich allerdings schwierig: Die Böden sind oft stark verseucht, etwa mit dem verbotenen Pestizid Nemagon. Doch die Arbeit lohnt sich: In den 1980er-Jahren bedeckte Regenwald nur noch 21 Prozent Costa Ricas – heute sind es wieder rund 60 Prozent. Faultiere schaukeln wieder in jungen Bäumen, Tukane kehren zurück, und erste Regenwaldinseln verbinden sich langsam zu einem grünen Netzwerk. Jeder neue Baum ist ein Schritt zurück zur Vielfalt und ein stiller Sieg über Jahrzehnte der Zerstörung.

► www.regenwald.at

Nazi-Täter vor Gericht stellen



„The Darkest Files“ heißt ein neues Computerspiel des Berliner Studios Paintbucket Games. Als Staatsanwältin Esther Katz ermitteln die Spielenden im Nachkriegsdeutschland in realen NS-Verbrechen, sammeln Hinweise, befragen Zeugen und bringen Täter vor Gericht. Die Geschichte basiert auf dem historischen Vorbild des hessischen Generalstaatsanwalts Fritz Bauer, der nach dem Zweiten Weltkrieg NS-Verbrechen konsequent verfolgte. Das Spiel steht für Erinnerungskultur und zeigt, wie wichtig die Aufarbeitung von Unrecht für den Schutz demokratischer Werte ist und bleibt.

► www.paintbucket.de/de/game/the-darkest-files

Kinderfotos: Mitdenken statt Posten

Das Deutsche Kinderhilfswerk sensibilisiert Erziehende mit einem neuen Ratgeber für den verantwortungsvollen Umgang mit Kinderfotos im Internet. Unter dem Titel „Sharing is not Caring“ zeigen sechs anschauliche Graphic Novels, welche Rechte von Kindern beim sogenannten Sharenting berührt werden – und welche Folgen unüberlegtes Posten haben kann. Dazu gibt es Hintergrundinfos, Tipps und eine Checkliste. Ziel: Kinder sollen altersgerecht mitentscheiden dürfen, ob Fotos oder Videos von ihnen veröffentlicht werden. Der Ratgeber steht kostenlos online bereit oder kann als Broschüre bestellt werden.

► www.dkhw.de/kinderfotos-im-netz



Flüchtling, Topmodel, Unternehmerin, NPO-Gründerin, Fundraiserin

„Wo Schleier hingen, zeige ich heute Gesicht ...“

Matinee mit Zohre Esmaeli

Do., 12.6.25, 14.30 Uhr

Deutscher Fundraising Kongress 2025, Berlin



www.marketwing.de/matinee
Exklusiv-Veranstaltung
(Plätze begrenzt)

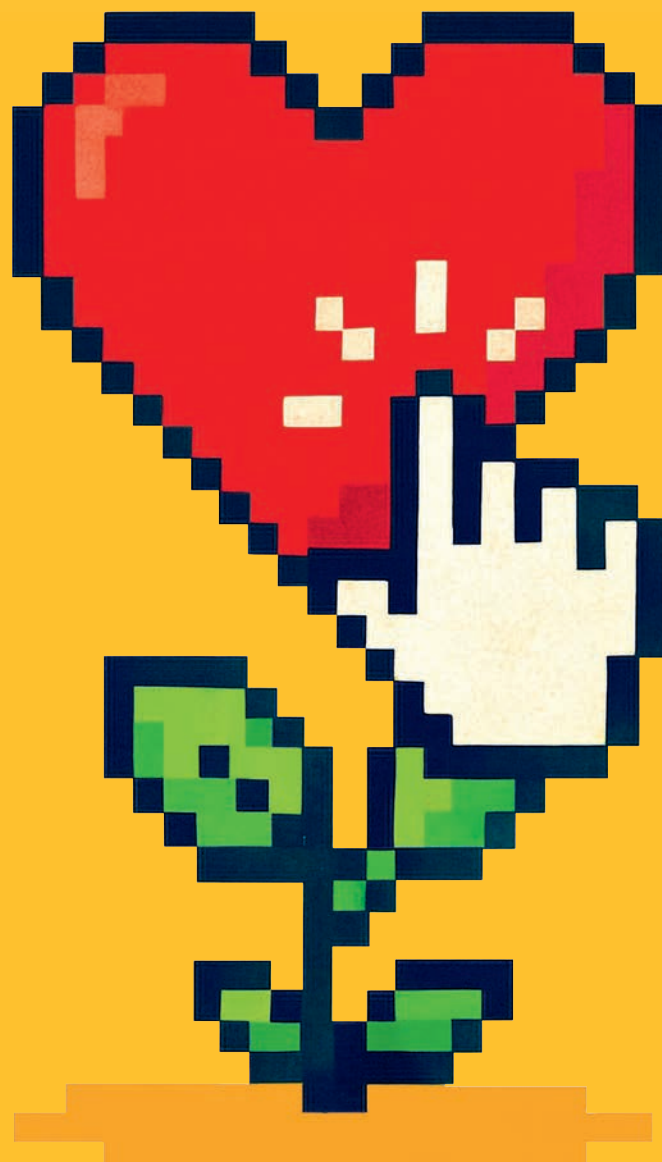
FUNDRAISING
magazin



marketwing®

VOM KLICK ZUR SPENDE

Fundraising digital





Einfache Formulare, besseres Spenden

Warum gute Spendenformulare die
Basis fürs Online-Fundraising sind

Seite 28



Die Zukunft des E-Mail-Marketings für NGOs

Was sich ändert und was bleibt

Seite 30



Barrierefreiheit im Internet: Pflicht und Chance

Was das neue Gesetz verlangt,
und warum alle davon profitieren

Seite 32



Digitale Plattformen für Hilfe in Echtzeit

Wie gezielte Online-Kommunikation
Menschen inspirieren kann, Großes
zu leisten

Seite 34



Testamente online? Läuft.

Fünf Tipps, wie Sie digital mehr
Testamentsspender gewinnen

Seite 36



Einfache Formulare, besseres Spenden

Warum gute Spendenformulare die Basis fürs Online-Fundraising sind

Von der Wiege bis zur Bahre: Formulare, Formulare. Auch für digitale Spenden brauchen wir Formulare. Damit eine Spende für Spenderinnen und Spender nicht zur lästigen Pflichtaufgabe wird, sollten einige Regeln für gute Spendenformulare beachtet werden. Dann macht Spenden am Ende sogar Spaß.

Von JONA HÖLDERLE

Ein Spendenformular allein macht noch kein Online-Fundraising. Niemand wird durch ein noch so perfektes Formular zum Spenden animiert. Aber ein komplizierter Spendenprozess verhindert viele Spenden, die sonst die wertvolle Arbeit großartiger Organisationen unterstützt hätten.

Spenden ist oft ein emotionaler, spontaner Vorgang. Wird dieser unnötig kompliziert, geht die Motivation verloren – und das Geld bleibt auf dem Konto der potenziellen Spenderin oder des frustrierten Spenders. Im besten Fall nehmen sie sich vor, die Spende später in Ruhe nachzuholen, doch nicht nur bei Kindern bedeutet „später“ oft „nie“. Der Unterschied zwischen einem schlechten und einem guten Spendenprozess kann nach meiner Erfahrung eine Verdopplung der Spendeneinnahmen bewirken. Ein gutes Spendenformular hat daher nur eine Aufgabe: Es muss das Spenden so einfach wie möglich machen – und vielleicht sogar Freude bereiten.

Die wichtigste Frage ist die Wahl der Zahlungsmethoden. Da Barzahlung im Internet keine Option ist, brauchen wir Alternativen – besser noch mehrere.

Das Zahlungsmittel der Wahl

PayPal ist in Deutschland die mit Abstand am häufigsten genutzte Spendenoption, gefolgt von der Lastschrift und in geringerem Maße von Kreditkarten, inklusive Apple- und Google-Pay. Dauerspenden werden nach wie vor oft nur per Lastschrift angeboten, aber auch hier gewinnt PayPal an Bedeutung, und selbst per Kreditkarte sind wiederkehrende Spenden möglich. Idealerweise bieten Sie alle drei Zahlungswege an, ergänzt um die Möglichkeit einer direkten Überweisung auf das Konto.

Aber Achtung: Zahlungsmittel sind auch im Internet stark nationalisiert. Schon in der Schweiz sieht das anders aus – hier hat sich die lokale Lösung Twint als führende Option etabliert.

Meine Daten, deine Daten

Fehlen noch die Informationen über Ihre Spenderinnen und Spender. Hier gilt es, eine Abwägung zu treffen: Grundsätzlich möchten Spenderinnen und Spender so wenige Daten wie möglich angeben, während Organisationen gerne Informationen für den weiteren Kontakt sammeln. Die Lösung liegt

in einem Mittelweg: So wenig wie möglich, so viel wie nötig.

Dabei macht es oft keinen großen Unterschied, ob eine Angabe verpflichtend oder optional ist – entscheidend ist die Wahrnehmung der Spendenden. Deshalb werden in Deutschland Adressangaben oder in Österreich das Geburtsdatum oft erst erfragt, wenn eine Zuwendungsbestätigung gewünscht wird.

Die E-Mail-Adresse hingegen wird fast immer abgefragt. Schon allein um eine einfache Bestätigung zu versenden und damit das gute Gefühl zu vermitteln, dass alles geklappt hat und die Spende ankam. Zudem bietet sie eine Möglichkeit, in Kontakt zu bleiben – sei es über ein optionales Double-Opt-in oder durch die Entscheidung, mit Verweis auf eine bestehende Kundenbeziehung auch ohne explizites Opt-in E-Mails zu versenden.

Dem Experimentieren sind kaum Grenzen gesetzt – außer denen der technischen Machbarkeit. Geschenkoptionen, Upgrades zur Dauerspende oder eine Gebührenübernahme sind denkbar. Wer solche Möglichkeiten integriert, sollte jedoch in der Lage sein, seine Formulare sorgfältig zu testen, denn jede zusätzliche Abfrage macht den Spendenprozess potenziell wieder komplizierter.

Auch Spaß darf nicht fehlen – solange er den Prozess nicht verkompliziert. Vielleicht kann die Spendensumme per Schieberegler ausgewählt werden, es gibt humorvolle

Beispieldaten oder sogar digitales Konfetti für besonders großzügige Spenden.

Der Weg zum perfekten Formular

Wie gelangen Sie nun zum richtigen Spendenformular? Natürlich könnten Sie eine eigene Lösung programmieren, doch für die meisten Organisationen ist der technische und administrative Aufwand zu hoch. Daher gibt es zahlreiche professionelle Anbieter für die Zahlungsabwicklung, und auch manche Hausbanken bieten entsprechende Lösungen an.

Ein Vergleich von Kosten und Funktionsumfang ist unvermeidlich. Eine gute Übersicht über die Anbieter finden Sie im jährlichen Extra-Heft des Fundraising-Magazins zu Software für Vereine, Verbände und Stiftungen.

Kosten entstehen an zwei Stellen: einerseits für den Zahlungsdienstleister wie

PayPal oder Kreditkartenunternehmen, andererseits für den Formularanbieter. So unangenehm diese Ausgaben auch sein mögen, Tests zeigen immer wieder, dass sie sich lohnen, wenn sie den Spendenprozess für die Spendenden vereinfachen.

Ein Formular ist nur ein Formular

Mit dem Formular schaffen wir die Grundlage für erfolgreiches Online-Fundraising. Doch ein gutes Formular allein reicht nicht aus – es befreit uns nicht davon, Menschen auch wirklich von einer Spende zu überzeugen.

Hier ist die gesamte Organisation gefragt: Über E-Mail und Social Media muss auf die Arbeit aufmerksam gemacht werden. Auf überzeugenden Spendenseiten muss klar dargelegt werden, warum eine Spende notwendig ist und welche Veränderung sie bewirken kann. Und schließlich müssen

Spenderinnen und Spender wertschätzend in die Kommunikation der Organisation eingebunden werden.

Das Spendenformular ist also immer nur der zweite Schritt. Es hilft dabei, Menschen, die wir überzeugt haben, auch tatsächlich zu Spenderinnen und Spendern zu machen! ■



Jona Hölderle ist Berater und Sparringspartner im Bereich Online-Fundraising und generative KI. Er unterstützt Vereine und Verbände dabei, ihre wertvollen Aktivitäten ins digitale

Zeitalter zu übertragen. Mit langjähriger Erfahrung in gemeinnützigen Organisationen wie dem NABU und verschiedenen eigenen Digitalprojekten verbindet er digitale Kommunikation mit Organisationsentwicklung. Als Dozent und Kursleiter teilt er sein Wissen u. a. an der Fundraising-Akademie.

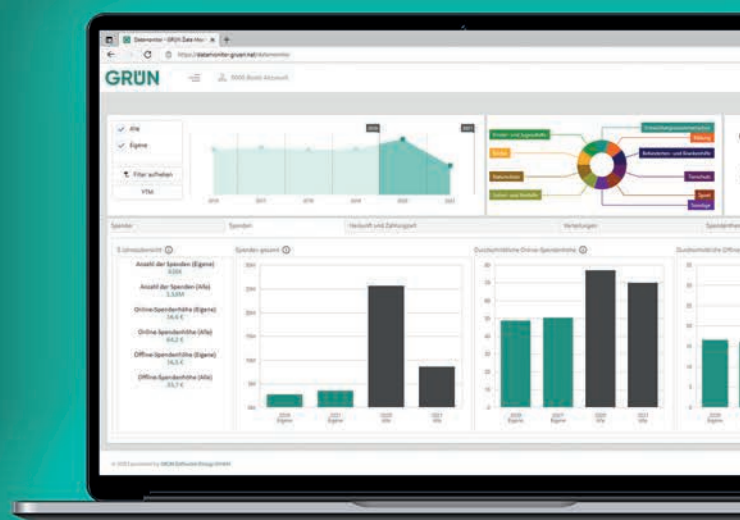
► www.pluralog.de

Wir digitalisieren Non-Profit-Organisationen!

Markführende Fundraising-Software made in Germany.
Unsere Branchenexperten machen daraus ein 360-Grad Kundenerlebnis.



gruen.net/fm



GRÜN Software Group GmbH
Ansprechpartner: Olivier Chatain
Telefon: 0241 18900 | Web: gruen.net

GRÜN



Data-Care-Summer

Sommer-Aktion für erfolgreiche Mailing-Kampagnen dank sauberer Adressen

Keine Ressourcenverschwendung mehr! Stellen Sie sich vor, Ihre Spendenbriefe erreichen genau die Menschen, die sich für Ihre Sache interessieren – und zwar versandoptimiert. Dank der Initiative Data-Care-Summer kann dies schon 2025 für Ihre Organisation Realität werden. Es geht ganz einfach.

Von PIA RAST

Wussten Sie, dass Non-Profit-Organisationen oft die meisten unzustellbaren Adressen in ihren Datenbanken haben? Eine Studie der Deutschen Post zeigt genau das auf. Jeder dieser Fehlversuche kostet nicht nur Geld, sondern verringert auch die Erfolgsquote der Mailingkampagne.

Hier kommt unsere Lösung ins Spiel: In Kooperation mit der eXotargets Data Network GmbH bietet das Fundraising-Magazin Ihnen die perfekte Gelegenheit, Ihre Adressdaten auf Vordermann zu bringen. Machen Sie jetzt „Frühjahrsputz“ in der Adressdatenbank. Mit einem kostenlosen Audit prüfen die Experten von eXotargets kostenfrei die Aktualität Ihrer Daten. Fehlerhafte Adressen oder Daten von Verstorbenen werden identifiziert, um später aktualisiert oder gelöscht zu werden. Nach dem Audit können Sie Ihre Daten bereini-

gen lassen. Dafür räumt Ihnen eXotargets einen Rabatt von etwa zehn Prozent ein, je nach Art der Daten.

Die Vorteile liegen auf der Hand:

Kostenreduktion: Normalerweise kostet die Aktualisierung unzustellbarer Adressen in Ihrer Datenbank zwischen 1,20 und 1,60 Euro pro Adresse. Mit unserem Sonderangebot sparen Sie deutlich.

Effizienzsteigerung: Unzustellbare Adressen kosten Geld. Reduzieren Sie die Fehlversandrate und steigern Sie die Responsequote Ihrer nächsten Kampagne.

Datenschutzkonformität: Das Audit und die Datenbereinigung erfolgen selbstverständlich datenschutzkonform. Die Adressbereinigung ist in der DSGVO sogar verankert.

Mehr Klimaschutz: Jeder falsch versandte Brief produziert 20 Gramm CO₂. Das entspricht etwa einem Kilometer Autofahrt.

Möglich sind Abgleiche gegen eine Verstorbenen-Datenbank, ein Anschriftenänderungs-Verzeichnis und eine Datei mit unzustellbaren Adressen.

Dienstleister können ebenfalls von dieser Aktion profitieren, indem sie die Daten ihrer Kunden im Rahmen dieses Programms aktualisieren lassen.

Bitte Frist beachten!

Melden Sie sich bis zum **31. August 2025** an, um beim Data-Care-Summer dabei zu sein. Besuchen Sie dazu die unsere Website <https://web.fundraiser-magazin.de/datacare> registrieren Sie sich für das Audit und lassen Sie sich von den Experten von eXotargets individuell beraten.



Mitmachen können alle, die im Zeitraum **1. Mai bis 31. August 2025** ein Abonnement des Fundraising-Magazins haben. Die Aktion gilt ohne Wenn und Aber für Adressdaten in Deutschland. Die Adressdaten werden nicht beim Fundraising-Magazin, sondern nur beim Dienstleister Ihres Vertrauens verarbeitet.

Nutzen Sie den Sommer, um Ihre Datenbank zu revitalisieren und gehen Sie gestärkt in die wichtige Spendensaison im Herbst und vor Weihnachten. Mit dem Data-Care-Summer setzen Sie auf Präzision in Ihrer Kommunikation und sorgen dafür, dass jeder Cent, den Sie in Ihre Mailings investieren, auch wirklich zählt. 

Fans und Bands



Rebellion mit Nietenarmband und Gitarre – das gab es in den 1980er Jahren auch im Osten Deutschlands. Die Ausstellung „Heavy Metal in der DDR“ in der Berliner Kulturbrauerei gehört zur Stiftung Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland. Sie gibt Einblicke in die Musik und Jugendkultur dieser Zeit und zeigt den Alltag von Fans und Bands. Aufgrund des großen Interesses wurde sie bis zum 31. August 2025 verlängert. Am 10. April wurde bereits der 66 666. Besucher begrüßt. Teuflich gut!

► www.hdg.de/museum-in-der-kulturbrauerei

Geballtes Wissen

Neuer Stiftungsreport für Österreich

Für Österreich gibt es jetzt einen eigenen „Stiftungsreport Gemeinschaftsstiftungen“, der einen allgemeinen Überblick und konkrete Anleitungen zur Gründung sowie steuerliche und rechtliche Tipps zum Thema gibt. Außerdem werden erfolgreiche Beispiele für etablierte Gemeinschaftsstiftungen aus ganz Österreich vorgestellt. Dafür hat der Verband für gemeinnütziges Stiften in den letzten drei Jahren im Rahmen verschiedener Initiativen und in Zusammenarbeit mit mehreren Stiftungen an einem einheitlichen österreichischen Modell der Gemeinschaftsstiftung gearbeitet. Das dabei gesammelte Wissen ist nun in den Stiftungsreport eingeflossen. Gemeinnütziges Stiften wird in Österreich immer beliebter; mittlerweile gibt es fast 1000 gemeinnützige Stiftungen und Fonds, die überwiegende Zahl davon in Wien und in den Landeshauptstädten.

Der Stiftungsreport kann unter office@stiften.at bestellt werden oder steht zum Download unter ► <https://gemeinsam-stiften.at>

MEINE MEINUNG

„Wenn unabhängiger Journalismus in Gefahr ist, bereitet mir das Sorgen“

Ein Kommentar von UTE NITZSCHE



Ich arbeite seit fast zwei Jahrzehnten als Journalistin, bis jetzt nahezu problemlos und ohne große Hürden. Behindert wur-

de ich bei meiner Arbeit kaum. Die wenigen Male, bei denen jemand versucht hat, Einfluss auf meine Texte zu nehmen, kann ich an einer Hand abzählen. Und wenn, dann ging es mehr oder weniger um Nichtigkeiten. Ich schätze diesen Beruf sehr; er bringt mich mit den unterschiedlichsten Menschen zusammen und gibt mir Einblicke in unglaublich viele Themenfelder. Dabei Informationen jeglicher Art aufzubereiten und seine Meinung frei äußern zu können, war für mich bis vor wenigen Jahren selbstverständlich.

Dass Medienschaffende Angst bei der Ausübung ihrer Arbeit haben müssen, und das in Ländern wie Deutschland, Österreich oder den USA, war für mich daher undenkbar. Doch es zeigt leider, wie es aktuell um unsere Gesellschaft bestellt ist. Wenn unabhängiger Journalismus in Gefahr ist, bereitet mir das größte Sorgen – nicht nur wegen meines eigenen Jobs, sondern vor allem, weil einer der Grundpfeiler unserer Demokratie damit ins Wanken gerät. Deshalb ist der neu eingerichtete „Klagsfonds Journalismus“ der DATUM-Stiftung wichtig und gut. Schlimm ist nur, dass er überhaupt notwendig ist. Ich wünsche den Menschen, die hinter dieser Initiative stecken, viel Erfolg bei ihrer Arbeit und hoffe trotzdem, dass diese in absehbarer Zeit nicht mehr nötig sein wird.

Was meinen Sie? Schreiben Sie an meinung@fundraising-magazin.de

Kurzgefasst ...

Für unabhängigen Journalismus

Um Journalistinnen und Journalisten bei Einschüchterungsklagen, sogenannten „SLAPPs“ (Strategic Lawsuits Against Public Participation), zu unterstützen, haben die österreichische DATUM-Stiftung und der Presseclub Concordia den „Klagsfonds Journalismus“ eingerichtet. Er bietet Betroffenen finanzielle und juristische Hilfe bei zivil, medien- und strafrechtlichen Fällen.

► <https://datumstiftung.at/klagsfonds-journalismus>

Save the Date

Der diesjährige Bürgerstiftungskongress findet am 12. und 13. September in Bielefeld statt. Bei der Veranstaltung treffen sich Bürgerstiftungen aus ganz Deutschland zum Austausch und Netzwerken sowie zu Vorträgen, Diskussionen und Workshops. Das Motto lautet „Veränderung beginnt im Kleinen – Wie Bürgerstiftungen mit aktuellen Herausforderungen umgehen“.

► www.buergerstiftungen.org

Ältere Menschen im Blickpunkt

Die Schweizer Age-Stiftung, die sich mit Fragen rund ums Älterwerden beschäftigt, hat ein neues Age-Dossier mit dem Titel „mitenand und fürenand“ veröffentlicht. Es zeigt in Textporträts und Videostories die Lebenswelten älterer Menschen und ihre Erfahrungen mit Betreuung. Das Dossier steht auf der Website kostenlos zum Download bereit.

► www.age-stiftung.ch/public-affairs/age-dossier-2025

Mehr Frauen in Arbeit bringen

Seit Anfang des Jahres unterstützt eine neue Frauenarbeitsstiftung in Wien weibliche Arbeitslose ohne Berufsausbildung dabei, wieder einen Job zu finden. Das Angebot richtet sich an Wienerinnen ab 25 Jahren, vor allem Wiedereinsteigerinnen, die Arbeitslosengeld beziehen. Die Stiftung ist angesiedelt beim „Wiener Arbeitnehmer*innen Förderungsfonds“ (Waff).

► www.wien.gv.at/arbeit/waff

Naturoase im Miniformat

Pünktlich zum Beginn der warmen Jahreszeit hat die Berliner Stiftung für Mensch und Umwelt ihren mittlerweile sechsten „PikoPark“ in der Hauptstadt eröffnet. Er befindet sich an der Reinickendorfer Amendestraße 70 und soll für mehr Biodiversität im Quartier sorgen. Er ist mit heimischen Wildpflanzen vor allem als Anlaufpunkt für Wildbienen und Vögel gedacht.

► www.stiftung-mensch-umwelt.de

Frische Zahlen

Bundesverband deutscher Stiftungen veröffentlicht aktuelle Daten

Deutschland konnte im letzten Jahr ein weiteres Plus an Stiftungen verzeichnen. Mit 711 Neugründungen ist der Stiftungssektor um 2,2 Prozent gewachsen, wobei 89 Prozent der rechtsfähigen Stiftungen gemeinnützig sind. Spitzenreiter dabei sind die Themen Umwelt, Natur und Artenschutz, die bei 20 Prozent der neu errichteten Stiftungen im Satzungszweck verankert sind. Insgesamt gibt es nun in Deutschland 26 349 rechtsfähige Stiftungen bürgerlichen Rechts, von denen die meisten in Hessen (131), Nordrhein-Westfalen (126) und Bayern (105) neu gegründet wurden. Damit sind in diesen drei Bundesländern zusammen mehr als die Hälfte der neuen Stiftungen angesiedelt. Aber auch die ostdeutschen Bundesländer holen auf: Beim prozentualen Wachstum belegen Brandenburg (5,7 %) und Thüringen (4,3 %) zusammen mit Rheinland-Pfalz (5,2 %) die drei Top-Positionen. Die aktuellen Zahlen hat der Bundesverband Deutscher Stiftungen Anfang April veröffentlicht.

► www.stiftungen.org

STIFTERFUNK

Der Podcast für das Stiftungsmanagement

So geht Stiftung!



In Kooperation mit



Weiterbildung für die Gute Sache

Auf den folgenden Seiten finden Sie eine Auswahl empfohlener Seminare, Tagungen für Gemeinnützige. Einen Komplett-Überblick mit Suchfunktion bietet unser
NPO-Campus auf
gutes-wissen.org



TAGUNG/KONGRESS Deutscher Fundraising Kongress 2025

11.06.2025 – 13.06.2025

Berlin

Deutscher Fundraising Verband

► <https://www.dfrv.de/dfk/>



TAGUNG/KONGRESS Hamburger Stiftungstage

20.06.2025 – 29.06.2025

Hamburg

Stiftungsbüro Hamburg

► <https://hamburger-stiftungen.de/stiftungstage>

19. Juni 2025
Kursaal, Bern

Swiss- Fundraising- Day

swissfundraisingday.ch

SEMINAR/WORKSHOP Kooperationen zwischen Wirtschaft und Vereinen

10.06.2025

Online

Deutsche Stiftung für Engagement
und Ehrenamt

► <https://pretix.eu/DSEE/sponsoring/>

SEMINAR/WORKSHOP Ihr Einstieg ins Fundraising

27.06., 25.07., 19.09.2025

Online

Sabine Volkert

► www.sabine-volkert.de

SEMINAR/WORKSHOP Intensivseminar Zivilgesellschaft

16.06.2025

Online

Maecenata Stiftung

► www.maecenata.eu

Grüner wird's nicht?

Auf den hellgrün hervorgehobenen
Veranstaltungen liegt das Fundraising-
Magazin für Sie aus oder ist Medien-
partner.

Möchten auch Sie mit uns koope-
rieren? Schreiben Sie bitte einfach
an verlag@fundraising-magazin.de!

BERUFSBEGLEITENDER LEHRGANG

Fördermittelmanager/-in für gemeinnützige Organisationen (FLA)

Direkt für die Praxis - innovatives Blended Learning - mit qualifiziertem Abschlusszertifikat

FÖRDERLOTSE
AKADEMIE



Sie verantworten die Fördermittelakquise und das Fördermittelmanagement für eine gemeinnützige Organisation und suchen eine fundierte und praxisorientierte Weiterbildung für Ihren Aufgabenbereich, dann ist unser Lehrgang das richtige Angebot für Sie.

- zwölf Monate berufsbegleitend
- 4 mal 3 Präsenztage
- 10 E-Learningmodule im Umfang von 900 Minuten
- maximal 18 Teilnehmende
- qualifiziertes Zertifikat der Förderlotse Akademie (FLA)

- Leitung: Torsten Schmotz
- Dozententeam mit den führenden Fachkräften für Fördermittelgewinnung in Deutschland

In Kooperation mit

akd
akademie für kirche und diakonie

**DEUTSCHER
FUNDRAISING
VERBAND**

Ein Angebot von

Förderlotse
Torsten Schmotz

► Start des achten Jahrgangs:
1. Oktober 2025

TAGUNG
Fundraisingtag Stuttgart
01.07.2025
Filderstadt
Fundraising-Magazin
► <https://fundraisingtage.de>



SEMINAR/WORKSHOP
Nachhaltige Strategien zur
Resilienzsicherung
16.07.2025
Online
npaustria
► www.wu.ac.at/npaustria

TAGUNG/KONGRESS
Tag der Verbände NRW
01.07.2025
Düsseldorf
Bundesverband der Vereins-, Verbands-
und Stiftungsgeschäftsführer
► www.tag-der-verbaende.de

TAGUNG/KONGRESS
Tag der Verbände
Niedersachsen
26.08.2025
Hannover
Bundesverband der Vereins-, Verbands-
und Stiftungsgeschäftsführer
► www.tag-der-verbaende.de

KURS
Fundraising-Weiterbildung
für Ehrenamtliche
24.08.2025 – 30.08.2025
Fulda
Evangelische Kirche Hessen Nassau
► <https://fundraising.ekhn.de>

n|w Fachhochschule
Nordwestschweiz

**Berufsbegleitend
Fundraising und
Kommunikation
für NPO studieren**

www.fhnw.ch/weiterbildung

Bitte melde dich!
Wir vermissen dich!

Ihre Veranstaltung fehlt hier noch?
Schreiben Sie bitte einfach an
termin@fundraising-magazin.de!

Für Ihre Werbung im Fundraising-
Kalender wenden Sie sich bitte an
werbung@fundraising-magazin.de!



Steht Ihre
Projekt-Finanzierung
auch morgen noch
auf sicheren
Füßen?

Wer sich für gemeinnützige Zwecke
engagiert, weiß, wie schwer es ist,
Gelder für die Gute Sache aufzutun.
Wie andere das schaffen, lernen Sie
beim **Fundraisingtag** in Ihrer Nähe.

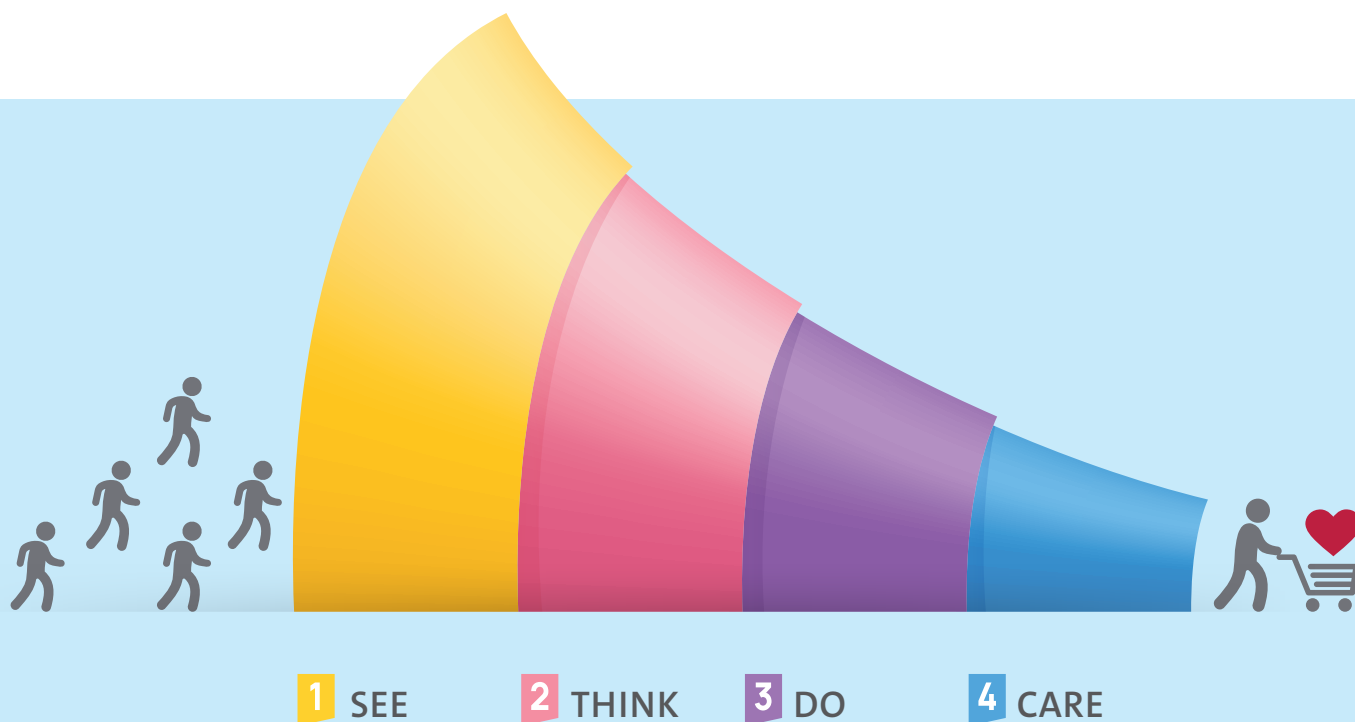
Termine 2025:

13.03. München
03.04. Gelsenkirchen
01.07. Stuttgart
23.09. Berlin

Informieren,
anmelden,
vormerken lassen:



Fundraisingtage.de
by Fundraising-Magazin



Der Trichter, der Vertrauen schafft

Was Non-Profits von Kommerziellen lernen können: NGO Marketing Funnel

Wie gewinnen NGOs neue Unterstützende? Und wie binden sie einmalige Spender langfristig? Die Antwort liegt in einem Konzept, das kommerzielle Unternehmen schon lange nutzen: dem Sales Funnel. Denn auch Spenden entstehen nicht zufällig – sie sind das Ergebnis gezielter Überzeugung.

Von YVONNE ROMES-SCHILLACK

1924 war nicht nur das Jahr, in dem ein junger schwedischer Ingenieur das erste Fax über den Atlantik sendete. Es gilt auch als Geburtsjahr des sogenannten Sales Funnels. Erstmals war es einem Kaufmann gelungen, den Kaufprozess eines Kunden in einem Schaubild zu zeigen. Heute nutzen erfolgreiche Unternehmen dieses Modell – und NGOs können davon lernen. Denn ob Kauf oder Spende, beides basiert auf Vertrauen, Überzeugung und dem richtigen Zeitpunkt.

Der Sales Funnel beschreibt den Weg von der ersten Berührung mit einer Organisation

bis zur dauerhaften Unterstützung. Er gleicht einem Trichter: Viele Interessierte treten oben ein, doch nicht alle bleiben bis zum Schluss. Auf dem Weg springen Menschen ab, weil sie nicht überzeugt werden konnten.

Passende Maßnahmen für jede Phase

Der Ablauf ist in jedem Kaufprozess ähnlich. Wichtig ist das dahinterliegende Ziel, mit passenden Maßnahmen in jeder Phase die Absprungrate gering zu halten. Genau wie im kommerziellen Bereich hilft der Funnel NGOs, ihr Marketing zu optimieren.

Der Sales Funnel lässt sich nicht nur auf den Fundraising-Prozess übertragen, sondern ist für alle Stakeholder-Gruppen einer NGO anwendbar: Ob Einzelspendende, Großspendende, ehrenamtlich Helfende oder Partner – jede dieser Zielgruppen hat Entscheidungswege, die sich auf die Funnel-Stufen übertragen lassen. Sie heißen SEE, THINK, DO und CARE.

SEE – Aufmerksamkeit

Unternehmen setzen alles daran, neue Produkte sichtbar zu machen – genauso sollten NGOs ihre Mission kommunizieren. Das heißt: Dort präsent sein, wo sich potenzielle Unterstützende aufhalten – ob auf Online-Plattformen, lokalen Veranstaltungen oder durch Kooperationen mit Influencern.

Typischerweise schaffen Social-Media-Posts, Blogartikel, Events und PR die ersten Berührungspunkte. Während Einzelspender oft durch emotionale Geschichten angesprochen werden, interessieren sich Unternehmen oder Stiftungen eher für nachweisbare Wirkung und Zahlen.

THINK – Interesse und Vertrauen

Nicht jeder, der eine NGO wahrnimmt, setzt sich weiter mit ihr auseinander. Menschen sammeln Informationen, bevor sie entscheiden. Sie wollen wissen, was mit ihrem Geld geschieht und welche Wirkung es hat. Da

Spenden keinen direkten Gegenwert bieten, ist Überzeugung entscheidend – durch transparente Kommunikation, Storytelling und Testimonials.

Hier helfen Micro-Conversions: Statt nur auf die finale Spende oder das finale Engagement zu fokussieren, sollten NGOs auch kleinere Interaktionsziele fördern, wie das Abonnieren eines Newsletters oder das Teilen von Beiträgen. Automatisierte E-Mail-Strecken können Interessierte im Anschluss überzeugen.

DO – Conversion: Spende oder Engagement

Die Entscheidung ist gefallen: Eine Person spendet, engagiert sich oder eine Stiftung sagt Förderung zu. Nun gilt es, den Prozess so einfach wie möglich zu gestalten. Simple Spendenformulare, transparente Förderanträge und schnelle Kontaktmöglichkeiten

erhöhen die Abschlussrate. So wie Online-shops ihren Check-out optimieren, müssen NGOs für einen reibungslosen Ablauf sorgen. Tipp aus der Praxis: Ein personalisiertes Follow-up nach einer ersten Spende stärkt die Bindung.

CARE – Langfristige Bindung

Viele Unternehmen enden ihren Funnel mit der Conversion. NGOs hingegen müssen weiterdenken. Die Pflege der Beziehung ist wichtig, um aus einmaligen Spendenden langfristige Fördermitglieder oder Botschafterinnen zu machen. Auch hier können NGOs von den Kommerziellen lernen. Supermärkte setzen auf Treueprogramme, um kaufende Personen zu binden. NGOs können durch exklusive Einblicke, Danksagungen oder Events die Beziehungen stärken. Je persönlicher die Bindung, desto wahrscheinlicher ist es, dass die Mitglieder selbst weitere werben.

Ein Sales Funnel oder NGO Marketing Funnel kann also helfen, die Marketing-Maßnahmen von NGOs gezielt zu optimieren – das gilt für alle Stakeholder gleichermaßen. Er ermöglicht es, potenzielle Unterstützende strategisch durch den Entscheidungsprozess zu führen und Absprünge zu minimieren. So wird aus den Interessierten im besten Fall ein nachhaltiges Engagement, das die Organisation langfristig trägt. ■



Yvonne Romes-Schillack ist Geschäftsführerin der planinja Consulting GmbH. Sie ist studierte Politik- und Rechtswissenschaftlerin, entdeckte jedoch bereits früh ihre (größere) Leidenschaft für Digitalmarketing. Sie ist Expertin für ganzheitliche Digital-Marketing-Strategien und nachhaltiges Marketing.

► www.planinja.de

asm
FUNDRAISING

**MENSCHEN FÜR DIE GUTE
SACHE BEGEISTERN.**

FUNDRAISING IST UNSERE LEIDENSCHAFT

Strategieberatung

Direct Mailing

Mid & Major Donors

Legatefundraising

Stiftungsfundraising

Digital Fundraising

Datenbank

asm Fundraising

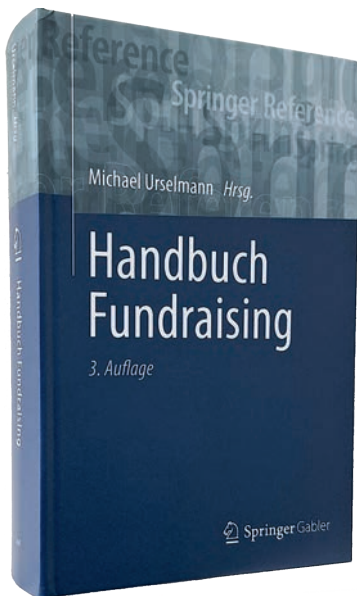
Kirchenweg 5 | CH-8008 Zürich | Telefon +41 43 388 31 41
info@asm-fundraising | asm-fundraising.ch

**Jetzt
unverbindlich
Kontakt
aufnehmen!**

Wissen testen

Bestimmt haben Sie das Magazin aufmerksam gelesen – dann sind die folgenden Fragen kein Problem für Sie. Oder Sie sind so-wieso fit rund um das Thema Fundraising.

Diesmal verlosen wir drei Exemplare des „Handbuch Fundraising“ von Michael Urselmann, erschienen im Verlag Springer Gabler. Das darf in



und gewinnen

keiner Bibliothek fehlen! Dieses 867 Seiten starke und 129 Euro teure Buch zeigt den aktuellen Stand der wissenschaftlichen Auseinandersetzung zum Fundraising in Deutschland, Schweiz und Österreich. In der dritten Auflage ergänzt wurden aktuelle Themen wie Künstliche Intelligenz. Also testen Sie Ihr Wissen und finden Sie die richtige Lösung des Rätsels heraus. Viel Spaß!



Seite 37



Seite 84



Seite 88

1 Unsere beliebte Sommer-Aktion zum gründlichen Aufräumen in der Adressdatenbank: Wie heißt diese?

- EX) Data Care Summer
AX) Dead Mail Summer Sale
OX) Cool Contacts Campaign

2 1924 gilt als Geburtsjahr des Sales Funnel, einer beliebten Marketingmethode auch für NPOs. Was geschah da noch?

- TUR) erste Kaffeeplatrate in Wien
PER) erstes Fax über den Atlantik
FOR) erste vegane Bulette in Berlin

3 Wie beeinflusst inklusive Sprache die Spendenbereitschaft? Eine aktuelle Studie fand heraus, dass ...

- TO) : mehr Spenden generiert als *
TU) * mehr Spenden generiert als :
TE) der Einfluss sehr gering ist

So geht's: Die Buchstaben aus den Fragen 1 bis 3 ergeben – wenn sie richtig zugeordnet wurden – das Lösungswort. Senden Sie dieses an gewinnen@fundraising-magazin.de. Vergessen Sie bitte auch die Postadresse nicht, damit Ihr Gewinn Sie direkt erreicht! Diese Daten werden nur im Zusammenhang mit dem Gewinnspiel verarbeitet und nicht an Dritte weitergegeben. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, bei mehreren richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Einsendeschluss ist der 30. Juni 2025. Viel Glück!



Das gute Job-Portal für die Gute Sache



Stellenangebote rund ums Non-Profit-Umfeld.
Jobs mit Sinn finden und **freie Stellen anbieten**.
Dieser Service ist kostenlos.

gutes-wissen.org

Mit der Kompetenz vom
FUNDRAISING
magazin

Das Abo, das zu Ihnen passt: Fundraising-Magazin nach Wunsch

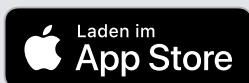
Das Fundraising-Magazin ist nicht am Kiosk erhältlich!
Deshalb empfiehlt sich ein Abonnement.



Ohne-Papier-Abo

39 €*
Jahrespreis

- ✓ komplettes Fundraising-Magazin als **E-Paper** direkt am Erst-Erscheinungstag zum Lesen im **Web-Client** oder in der **App** (iOS & Android)
- ✓ komfortabler Lesemodus
- ✓ Zugriff auf **alle digitalen Ausgaben** seit 2006 (Archiv) mit Volltextsuche



in der iOS-App
kaufen & sofort lesen



in der Android-App
kaufen & sofort lesen

Alles-drin-Abo

59 €*
Jahrespreis

- ✓ Print-Magazin 6 x im Jahr per Post
- ✓ komplettes Fundraising-Magazin als **E-Paper** direkt am Erst-Erscheinungstag zum Lesen im **Web-Client** oder in der **App** (iOS & Android)
- ✓ komfortabler Lesemodus
- ✓ **Extra-Hefte** „Fundraising-Software“* und „Spenden-Briefe & Newsletter“* **per Post** (* jeweils zum Erscheinungstermin)
- ✓ Zugriff auf **alle digitalen Ausgaben** seit 2006 (Archiv) mit Volltextsuche

Vorab-Abo

79 €*
Jahrespreis

- ✓ eher Bescheid wissen ...
- ✓ Ausgewählte Heft-Inhalte schon **1 Woche vor dem Erst-Erscheinungstag**: Schwerpunkt-Thema, Köpfe & Karrieren, 100 Tage im neuen Job, Interviews als PDF per E-Mail
- ✓ dazu alles, was im Alles-drin-Abo enthalten ist

* Bruttopreise inkl. 7 % MwSt., gültig bei Lieferung innerhalb Deutschlands. Auslandspreise: Alles-drin-Abo = 89 €, Vorab-Abo = 109 €

Orga-Abo

Sie wollen, dass alle Mitglieder, Vorstände, Mitarbeitende oder Ehrenamtliche das Fundraising-Magazin erhalten? Dann nutzen Sie das Organisations-Abonnement und bestellen eine größere Menge (möglich ab 10 Stück) zum stark ermäßigten Preis.

FUNDRAISING
magazin



abo.fundraising-magazin.de

Achtung *Kröten- wanderung!*



Ihre Projekte verdienen jede Menge Kröten.

Mit klugen Konzepten und perfekter Produktion sorgen wir dafür,
dass möglichst viele den Weg zu Ihnen finden.



Mit Köpfchen

Wir widmen uns Ihren Fundraising-Herausforderungen mit vollem Einsatz. Auf der Suche nach einer Lösung tauchen wir tief in Ihre individuelle Situation ein und wenden Kenntnisse aus über 20 Jahren Branchenerfahrung an. Schreiben Sie einfach eine Nachricht oder rufen Sie uns an! Wir schnuppern gerne mal rein.

